

ชื่อเรื่อง การเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดของร้าน ส. เจริญยนต์
ผู้จัดทำ นางสาวพิมพ์พรรณ พันธุ์ทอง
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
วันที่อนุมัติผลงาน พฤษภาคม 2553
จำนวนหน้า 79 หน้า
คำสำคัญ ขีดความสามารถทางการตลาด พฤติกรรม ความพึงพอใจ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดของร้าน ส.เจริญยนต์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้าน ส. เจริญยนต์ รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นลูกค้าของร้าน ส. เจริญยนต์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ค่าเฉลี่ยค่าเฉลี่ยของตัวแปรสองกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 36 ปีขึ้นไป สมรสแล้ว การศึกษาค่าความมัธยศศึกษาตอนปลาย อาชีพรับจ้างทั่วไป และรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ราคาระหว่าง 20,001 - 25,000 บาท ด้วยเงินผ่อน ระยะเวลาชำระ 24 เดือนและวางเงินค่างานจำนวน 5,000 - 10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจ้าของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า และคาดว่าหากซื้อรถจักรยานยนต์คันต่อไปยังคาดว่าจะซื้อยี่ห้อฮอนด้า ลูกค้าซื้อรถจักรยานยนต์เพราะมีความจำเป็นต้องใช้งานหรือใช้สำหรับเดินทางไปทำงาน มีการเปรียบเทียบราคากับร้านอื่นก่อนตัดสินใจซื้อ ด้วยตนเอง ลูกค้าทราบข้อมูลเกี่ยวกับร้าน ส. เจริญยนต์ จากการพบเห็นด้วยตนเอง เลือกลงชื่อสินค้าและใช้บริการที่ร้าน เพราะราคาสามารถต่อรองได้ ส่วนใหญ่ใช้บริการต่อภาษี และมีความพึงพอใจในบริการที่ประทับใจ การปฏิบัติตามสัญญาการรับประกัน คุณภาพรถจักรยานยนต์ของร้าน ส.เจริญยนต์ และได้รับการตรวจเช็คฟรีสามเดือน

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของร้าน ส. เจริญยนต์ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบริการของร้าน ระดับมากตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด

การทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ปรากฏว่า ลูกค้าเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบริการของร้าน ส. เจริญยนต์ไม่แตกต่างกันทุกด้าน เมื่อวิเคราะห์ขีดความสามารถของร้าน ส.เจริญยนต์ โดยวัดจากความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ร้านมีขีดความสามารถที่ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจที่โดดเด่น ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความยุติธรรมในการตีราคากรณีมือสอง ด้านราคา มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สถานที่ตั้งของร้านหาง่าย ร้านตั้งอยู่ในสถานที่ที่สะดวก และร้านมีหลายสาขา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการส่งเสริมการขายโดยการให้ของแถม การขายโดยให้ส่วนลดและ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และด้านกระบวนการ มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร